

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS**

#### **2.1. Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini disajikan tinjauan pustaka yang melandasi kerangka pemikiran dan pengajuan hipotesis. Penulisan pada bab ini akan disajikan sebagai berikut: pertama yaitu tinjauan pustaka untuk menggambarkan konsep dasar dari penelitian yang akan diteliti, kedua ialah penelitian terdahulu dan terakhir adalah tentang kerangka hipotesis yang menjelaskan model penelitian diikuti dengan hipotesis yang diajukan.

##### **2.1.1. Produk Kulit**

Kulit adalah lapisan luar tubuh binatang yang merupakan suatu kerangka luar, tempat bulu binatang itu tumbuh. Kulit merupakan salah satu material tertua dalam peradaban manusia. Selain itu material kulit juga menjadi salah satu penemuan paling berguna dalam sejarah. Kulit dipergunakan menjadi material utama untuk membuat pakaian, alas kaki, tempat berlindung, dan lain sebagainya. Pada zaman tersebut teknologi dalam memproses material kulit juga telah ditemukan yakni di era Yunani kuno, berupa pengembangan formula *tanning* yang menggunakan bahan – bahan alami. *Vegetable tanned leather* adalah material olahan kulit yang pertama menjadi komoditi dagang di sekitar tahun 500 sebelum masehi (Gusti Aditya, 2017). Di dalam industri perkulitan banyak dijumpai jenis, corak, warna, dan ketebalan kulit yang digunakan untuk proses produksi. Beberapa jenis kulit yang dihasilkan dari proses pengolahan kulit yakni:

1. **Kulit *full grain*** adalah kulit yang disamak dengan zat penyamak *full krom* dengan *nerf*, tidak dibelah atau digosok. Jenis kulit seperti ini mempunyai kualitas tinggi sehingga dapat menaikkan harga kulit.
2. **Kulit *corrected grain*** adalah kulit yang disamak dengan zat penyamak krom dan minyak, Kualitas kulit ini kurang baik dan agak kaku.
3. **Kulit *light buffing*** adalah kulit yang proses pengerjaannya hampir sama dengan kulit *corrected* hanya bedanya kulit *light buffing* diampelas ringan pada permukaannya, kulit jenis ini mempunyai kualitas lebih baik.
4. **Kulit *artificial*** adalah kulit yang keindahannya terletak pada proses penyelesaian akhir, yaitu dengan memberi motif tertentu, misalnya buaya, biawak, ular. Tujuan pemberian motif adalah menutupi cacat. Kulit *artificial* disebut kulit buatan (freedomiana.id, 2019).

Produk kulit merujuk pada semua jenis produk yang menggunakan kulit sebagai komponen utama (Somantri, 2020). Kulit memiliki beberapa jenis yang dibedakan atas asal kulit tersebut yaitu sebagai berikut:

1. *Calfskin*

Bahan kulit ini yang berasal dari sapi muda, bahan jenis ini memiliki tekstur tipis, lembut dan halus. Sifatnya tidak kaku, walaupun masih baru. Bahan ini banyak digunakan untuk materi aksesoris tas atau sepatu.

2. *Goatskin*

Bahan kulit ini berasal dari kambing. Bahan jenis ini menawarkan kekuatan, kehalusan, keawetan, dan keringanan. Bahan ini lebih baik jika dibandingkan dengan bahan kulit dari sapi dewasa.

### 3. *Lambskin*

Bahan kulit ini berasal dari domba, memiliki tekstur lebih lembut dibanding *calfskin*, sehingga bahan jenis ini banyak digunakan untuk bahan pakaian.

### 4. *Nubuck*

Jenis bahan kulit ini memiliki tekstur permukaan berserabut. Serabut tersebut dihasilkan dari proses ampelas yang dilakukan ke bagian permukaan kulit.

### 5. *Suede*

Bahan jenis ini terbuat dari bagian bawah kulit, yang bisa berasal dari domba, kambing, sapi, babi, rusa. Teksturnya lembut berbulu seperti beledu.

### 6. *Shell Cordovan*

Kulit jenis ini memiliki sifat yang sangat padat, keras, dan kuat, dan terbuat dari bokong kuda. Umumnya memiliki hasil akhir yang mengilap.

### 7. *Chamois Leather*

Kulit ini terbuat dari kulit *chamois*, yaitu jenis kambing gunung asal Eropa.

Bahan jenis ini diketahui sebagai *wash-leather*, atau *shammy*.

### 8. *Pigskin*

Bahan jenis ini terbuat dari babi dan termasuk tipe kulit terkuat.

### 9. *Bison/Buffalo Leather*

Bahan kulit ini terbuat dari kulit bison, dan berpola unik dengan tekstur kulit lebih menonjol. *Grain* dari bahan jenis ini lebih terlihat dan kasar.

### 10. *Kangaroo Leather*

Bahan kulit ini terbuat dari kanguru, memiliki berat lebih ringan dari kulit sapi atau kambing. Bahan jenis ini merupakan tipe kulit yang paling kuat.

#### 11. *Exotic Leather*

Bahan jenis ini memiliki empat tipe. Ada spesies buaya, spesies ular, spesies *lizard*, dan spesies lainnya seperti kulit *ocelot*, jaguar, dan juga termasuk *ostrich*.

#### 12. *Crocodile Leather*

Bahan ini terbuat dari kulit buaya, termasuk jenis kulit premium karena pesona, kelangkaan, dan kerumitan tingkat produksinya.

#### 13. *Snake Skin*

Bahan jenis ini terbuat dari kulit ular, sifat dari bahan jenis ini halus, lembut, dan tipis (tidak begitu kuat). Satu hal yang unik dari kulit ular adalah teksturnya yang unik bersisik, serta coraknya yang sangat menarik dan indah.

#### 14. *Lizard Skin*

Jenis kulit yang terbuat dari spesies reptil. Sifat bahan kulit ini lebih tipis dibandingkan dengan kebanyakan kulit eksotis lainnya, dan tidak memiliki kandungan kalsium, sehingga lebih fleksibel dan lembut.

#### 15. *Ostrich Leather*

Bahan jenis ini berasal dari kulit burung unta Afrika. Proses produksi untuk bahan ini terbilang mahal dan rumit. Sifat unik yang dimiliki bahan kulit ini adalah bintik-bintik dari bulunya.

#### 16. *Grain Leather*

Bahan jenis ini biasanya terbuat dari kulit sapi. Saat diraba terasa lentur dan teksturnya menyerupai kulit aslinya. Umumnya saat disentuh jenis bahan ini terasa tekstur seperti kulit jeruk. Kulit jenis ini terbagi ke dalam beberapa

*grade: full-grain, top-grain, corrected grain*, dibedakan oleh banyaknya proses kimia yang dilakukan sampai mendapatkan hasil akhir.

#### 17. *Patent Leather*

Jenis bahan kulit ini memiliki permukaan yang dilapisi pewarna atau lapisan yang mengilapkan.

### 2.1.2. Perdagangan Internasional

Setiap negara tidak dapat menghasilkan semua barang yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan domestik. Ini terjadi karena pada hakikatnya setiap negara memiliki sumber daya alam yang berbeda – beda. Perbedaan ini merupakan faktor utama yang mendorong adanya perdagangan internasional.

Perdagangan internasional adalah kegiatan perdagangan yang dilakukan dengan melintasi negara dan benua dengan peraturan – peraturan, hukum, budaya dan cara berdagang yang berbeda. Secara luas perdagangan internasional ialah kegiatan ekonomi masyarakat di suatu negara yang menjalin hubungan ekonomi dengan negara – negara lain dalam suatu bidang perdagangan. Hubungan tersebut dijalin dengan perjanjian internasional yang dapat bersifat bilateral maupun multilateral. Menurut Delianov dalam (K. Sari, 2019) perdagangan internasional adalah suatu kegiatan perdagangan barang dan jasa yang dilakukan oleh penduduk suatu negara dengan negara lain. Perdagangan internasional diharapkan dapat memberikan keuntungan atau manfaat untuk perekonomian negara. Menurut (Christianto, 2013) pengertian perdagangan internasional yaitu perdagangan yang berlangsung antara dua negara atau lebih.

Perdagangan luar negeri atau perdagangan internasional merupakan aspek penting bagi perekonomian negara. Perdagangan internasional sangat penting tidak hanya dalam masalah pembangunan negara yang berorientasi keluar akan tetapi juga dalam mencari pasar di negara lain, bagi hasil produksi di dalam negeri dan pengadaan barang – barang modal guna mendukung perkembangan industri di dalam negeri. Perdagangan internasional diawali dengan pertukaran tenaga kerja dengan barang dan jasa lainnya. Dasar dalam perdagangan internasional ialah adanya perdagangan barang dan jasa antara dua negara atau lebih yang bertujuan untuk mendapatkan keuntungan. Perdagangan ini terjadi apabila terdapat permintaan dan penawaran pada pasar internasional. Menurut (Salvatore, 1997) terdapat beberapa teori perdagangan internasional yaitu:

#### 1. Teori Merkantilisme

Era merkantilisme mulai muncul pada abad ke 17 dan 18. Aliran Merkantilisme ini timbul pada masa ketika perdagangan antar negara semakin berkembang pesat. jika di masa sebelumnya masyarakat dapat memenuhi kebutuhan dasarnya hanya dengan memproduksi sendiri, namun pada masa merkantilisme ini berkembang paham bahwa jika sebuah negara hendak maju, maka negara tersebut harus melakukan perdagangan dengan negara lain (Lukman, 2019). Merkantilisme ini adalah suatu sistem tentang kebijakan ekonomi yang bertujuan untuk mengatur perdagangan luar negeri serta pembentukan negara nasional yang kuat. Untuk membentuk negara yang kuat mereka menganjurkan pembatasan impor, insentif untuk ekspor, dan peraturan pemerintah yang ketat untuk semua kegiatan ekonomi.

Berdasarkan pandangan baru dari kaum merkantilisme saat itu, banyak negara Eropa yang membangun perekonomian dengan upaya ekspor ke negara lain, dan meminimalkan impor. Paham yang dianut kaum merkantilisme ialah:

- a. Surplus perdagangan suatu negara adalah tanda kekayaan negara tersebut.
- b. Pemilikan logam mulia artinya pemilikan kekayaan.
- c. Dalam suatu transaksi perdagangan, akan ada pihak yang mendapatkan keuntungan dan ada pihak yang mendapatkan kerugian.

Pendapat mereka mengenai satu-satunya usaha bagi suatu negara untuk menjadi kaya dan kuat yaitu dengan memaksimalkan ekspor dan meminimalkan impor, dengan kata lain suatu negara harus melakukan ekspor lebih banyak dibandingkan dengan impor ( $\text{ekspor} > \text{impor}$ ) dengan begitu maka negara tersebut mengalami surplus perdagangan. Surplus perdagangan yang dihasilkan kemudian akan di bentuk dalam aliran emas lantakan, atau logam mulia khususnya emas dan perak, kaum merkantilis mengukur kekayaan suatu negara dengan menggunakan cadangan logam mulia yang dimilikinya. Kepercayaan kaum merkantilisme tentang negara dapat mendapatkan keuntungan dari perdagangan internasional mendorong terjadinya banyak peperangan di negara Eropa hal ini menjadi awal mula era imperialisme Eropa ke berbagai belahan dunia lain. Oleh karena itu, aliran merkantilisme mendapat kritikan oleh beberapa pakar ekonomi seperti David Hume dan Adam Smith.

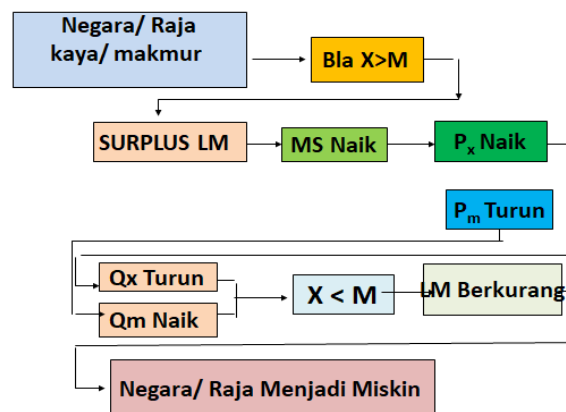
## 2. David Hume (Kritikan Terhadap Merkantilisme)

Ide pokok merkantilisme yang mengatakan apabila ekspor lebih besar dari impor ( $X > M$ ), maka dengan itu pemerintah akan memiliki cadangan devisa

(LM) yang besar. Karena cadangan devisa sebagai alat pertukaran, maka peningkatan jumlah LM berarti peningkatan *Money Supply* atau jumlah uang yang beredar. Dampak peningkatan *money supply* terhadap kegiatan ekspor – impor adalah pada kondisi:

- Keadaan produksi tetap tidak berubah akan mengakibatkan inflasi atau kenaikan harga. Kenaikan harga di dalam negeri akan meningkatkan harga barang – barang ekspor yang mengakibatkan kuantitas ekspor akan menurun.
- Peningkatan *money supply* yang diikuti oleh peningkatan inflasi di dalam negeri akan mengakibatkan harga barang impor menjadi lebih rendah sehingga kuantitas impor akan meningkat.

Berikut adalah mekanisme kritik David Hume terhadap merkantilisme:



Sumber: (Nopirin, 1997)

**Gambar 2.1 Skema Kritik David Hume Terhadap Merkantilisme**

Apabila impor lebih besar dari ekspor ( $X < M$ ) maka cadangan devisa akan berkurang. Dengan semakin berkurangnya cadangan devisa maka negara tersebut akan menjadi miskin karena cadangan devisa identik dengan kekayaan atau kemakmuran. Oleh karena itu David Hume mengatakan bahwa teori merkantilisme merupakan proses otomatis dari aliran uang, yang mana jika terjadi penumpukan *spice* mata uang yang secara terus menerus dilakukan akan menambah jumlah uang beredar yang pada akhirnya mengakibatkan terjadinya inflasi di dalam negeri. Terjadinya inflasi di dalam negeri akan mengakibatkan terjadinya peningkatan harga, sehingga harga barang ekspor di dalam negeri akan meningkat dan menjadi tidak kompetitif di pasar dunia. perubahan negara kaya menjadi negara miskin merupakan “mekanisme otomatis” dari “*Price Specie Flow Mechanism*” atau mekanisme aliran mata uang. Dengan kata lain, bahwa keseimbangan antara ekspor dan impor perlu diperhatikan, sebagai upaya menyeimbangkan penumpukan mata uang untuk menghindari terjadinya inflasi.

### 3. Teori Keunggulan Absolut

Menurut Adam Smith, perdagangan antara dua negara didasarkan pada keunggulan absolut. Ketika satu negara lebih efisien daripada atau memiliki keunggulan absolut atas yang lain dalam produksi satu komoditas tetapi kurang efisien daripada atau memiliki kelemahan absolut terhadap negara lain dan memproduksi komoditas yang kedua, kedua negara dapat mendapatkan manfaat dengan masing – masing mengkhususkan diri dalam produksi komoditas yang memiliki keunggulan absolut dan bertukar hasil dengan negara

lain untuk komoditas yang memiliki kelemahan absolut. Dengan proses ini, sumber daya digunakan dengan cara yang paling efisien dan hasil dari kedua komoditas akan naik. Peningkatan dalam hasil komoditas keduanya merupakan ukuran keuntungan dari spesialisasi dalam produksi yang tersedia untuk dibagi antara kedua negara melalui perdagangan.

#### 4. Teori Keunggulan Komparatif

David Ricardo adalah seorang ahli ekonomi politik yang berasal dari Inggris. David Ricardo memperkenalkan hukum keunggulan komparatif atau teori keunggulan komparatif yang mengatakan bahwa terjadi perdagangan baik itu secara nasional maupun internasional tergantung pada keunggulan komparatif yang lebih efektif dan efisien daripada keunggulan mutlak atau keunggulan absolut, karena setiap negara tentu cenderung akan menjual barang dan jasa lebih efisien dalam melakukan produksi. Maka dilakukan spesialisasi, sehingga setiap negara dapat memperoleh laba atau keuntungan dari perdagangan dalam negeri ataupun luar negeri. Teori keunggulan komparatif inilah yang menjadi dasar atau landasan bagi suatu negara untuk saling menukarkan komoditi melalui ekspor dan impor.

Menurut David Ricardo negara harus memusatkan kegiatan ekonominya pada sektor industri agar dapat bersaing dan lebih kompetitif di dalam pasar perdagangan internasional (Blaug, 1986). Alasan Ricardo memilih perdagangan internasional untuk mengatasi permasalahan yang terjadi karena adanya perbedaan keunggulan komparatif relatif antar negara yang akan

menghasilkan suatu komoditas jika melakukan ekspor komoditas akan lebih murah dan impor komoditas bisa lebih mahal (Yustadja, 2016).

## 5. Keunggulan Kompetitif

Teori keunggulan kompetitif (*Competitive Advantage*) atau dikenal juga dengan keunggulan bersaing merupakan kemampuan yang diperoleh sebuah perusahaan melalui karakteristik dan sumber daya yang dimiliki untuk dapat memiliki kinerja lebih tinggi atau lebih baik dibandingkan dengan perusahaan lain yang ada pada industri dan pasar yang sama. Teori ini dikemukakan oleh Michael Porter dalam sebuah bukunya yang berjudul *Competitive Advantage* (Porter, 1985). Teori ini muncul sebagai bentuk kritik terhadap teori keunggulan komparatif dari Ricardo.

### 2.1.3. Teori Keunggulan Komparatif

Seperti yang telah dijelaskan di atas keunggulan komparatif dicetuskan oleh David Ricardo dalam bukunya yang terbit pertama kali pada tahun 1817 berjudul “*Principles of Political Economy and Taxation*” (Ricardo, 2015). Buku ini berisi tentang hukum keunggulan komparatif, yang mana meskipun sebuah negara kurang efisien atau memiliki kerugian absolut dibandingkan dengan negara lain dalam memproduksi dua komoditi. Namun dua negara tersebut masih dapat melakukan perdagangan yang menguntungkan kedua belah pihak. Yakni dengan ketentuan negara pertama harus melakukan kerugian absolut lebih kecil (ini adalah komoditi yang memiliki keunggulan komparatif) dan mengimpor komoditi yang memiliki kerugian absolut lebih besar (Nurtjahjo, 2017).

Teori keunggulan absolut tidak dapat digunakan sebagai landasan dasar dalam melakukan perdagangan internasional karena apabila salah satu negara memiliki keunggulan absolut atas kedua jenis komoditi. Atau dengan kata lain bahwa bila salah satu negara memiliki keunggulan absolut atas kedua jenis komoditi, maka perdagangan tidak akan terjadi. Namun dengan teori keunggulan komparatif, perdagangan internasional antara dua negara masih dapat berlangsung walaupun salah satu negara memiliki keunggulan absolut atas kedua jenis komoditi.

David Ricardo mendasarkan hukum keunggulan komparatifnya pada sejumlah asumsi yang disederhanakan, yaitu:

- 1) Hanya terdapat dua negara dan dua komoditi.
- 2) Perdagangan bersifat bebas.
- 3) Terdapat mobilitas tenaga kerja yang sempurna di dalam negara namun tidak ada mobilitas antara dua negara.
- 4) Biaya produksi konstan.
- 5) Tidak terdapat biaya transportasi.
- 6) Tidak ada perubahan teknologi.
- 7) Menggunakan teori nilai tenaga kerja.

Dalam teori keunggulan komparatif ini terdapat batasan – batasan yaitu:

- 1) Biaya transportasi mungkin lebih besar daripada keunggulan komparatif apapun.
- 2) Peningkatan spesialisasi dapat menyebabkan *diseconomies of scale*.
- 3) Pemerintah dapat membatasi perdagangan.

- 4) Keunggulan komparatif mengukur keuntungan statis tetapi bukan keuntungan dinamis misalnya di masa depan India bisa menjadi baik dalam memproduksi buku jika melakukan investasi yang diperlukan.

Selain itu juga terdapat kritikan – kritikan mengenai teori keunggulan komparatif ini yaitu:

- 1) Biaya melakukan perdagangan yaitu biaya untuk mengekspor barang ke negara lain yang membebankan biaya transportasi.
- 2) Biaya perdagangan eksternal, dengan mengekspor barang artinya dapat menyebabkan peningkatan polusi dari angkutan entah itu udara, laut ataupun darat. Selain itu dapat berkontribusi pada biaya lingkungan yang tidak termasuk dalam model yang hanya mencakup biaya dan manfaat pribadi.
- 3) Pengembalian yang berkurang/skala disekonomis, dengan adanya spesialisasi artinya suatu negara secara langsung meningkatkan *output* dari satu barang tertentu. Namun untuk beberapa industri, peningkatan *output* ini menyebabkan hasil yang semakin berkurang. Contohnya, jika Indonesia memiliki keunggulan komparatif dalam mengkudu, Indonesia mungkin akan kehabisan lahan yang cocok untuk menanam mengkudu. Contoh kontemporer Mongolia diyakini mempunyai keunggulan komparatif dalam peternakan sapi. Namun, menurut Erik Reinert pembukaan pasar untuk kompetisi internasional pada tahun 1991 menyebabkan peningkatan ukuran kawanan hewan, tetapi ini menyebabkan penggembalaan berlebihan dan hilangnya lahan penggembalaan (Reinert, 2004).

- 4) Keunggulan komparatif statis yakni ekonomi berkembang, contohnya di Afrika, memiliki keunggulan komparatif dalam menghasilkan produk primer (logam, pertanian), tetapi produk tersebut memiliki elastisitas permintaan pendapatan yang rendah, hal ini dapat menjadi hambatan ekonomi dari diversifikasi menjadi lebih menguntungkan. Seperti industri manufaktur.
- 5) Penyakit Belanda adalah fenomena suatu negara yang mengkhususkan diri dalam memproduksi produk primer (minyak/gas alam) tetapi dengan melakukan ini akan membahayakan kinerja ekonomi dalam jangka panjang. Yakni pada 1970-an, Belanda mengkhususkan diri atau melakukan spesialisasi dalam memproduksi gas alam, tetapi ini menyebabkan pengabaian terhadap industri manufaktur dan pada akhirnya ketika industri gas menurun, ekonomi Belanda tertinggal dari tetangga dekatnya.
- 6) Perdagangan bukan meningkatkan pareto. Perdagangan dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi yang bersih. Namun, hal itu tidak berarti bahwa semua orang menjadi lebih baik. Beberapa pekerja di industri yang tidak kompetitif mungkin kalah dan berjuang untuk mendapatkan pekerjaan di industri baru.
- 7) Teori gravitasi, teori ini digagas oleh Jan Tinbergen, pada tahun 1962, menyatakan bahwa perdagangan internasional dipengaruhi oleh dua faktor yaitu ukuran relatif ekonomi dan jarak ekonomi. Model tersebut menunjukkan bahwa negara – negara dengan ukuran yang sama akan tertarik untuk berdagang satu sama lain. Jarak ekonomi tergantung pada jarak geografis dan hambatan perdagangan. Ini juga menunjukkan perdagangan lebih mungkin antara negara – negara yang secara geografis dekat.

- 8) Kompleksitas perdagangan global. Model keunggulan komparatif biasanya fokus pada dua negara dan dua produk, tetapi di dunia nyata, ada begitu banyak barang dan negara. Semakin banyak permintaan untuk berbagai barang dan pilihan – daripada bersaing pada harga sederhana.

#### **2.1.4. Daya saing**

Daya saing sangat erat kaitannya dengan perdagangan internasional. Ini terjadi karena komoditi ataupun *output* produksi yang memiliki keunggulan dapat memasuki pasar internasional dan memiliki kemampuan untuk bertahan dipasar tersebut. Maka, jika komoditi ataupun produk tersebut mempunyai daya saing yang kuat maka produk atau komoditi akan diminati konsumen dari berbagai negara lain.

Secara umum daya saing adalah sebuah kemampuan dari suatu produk dari suatu negara yang mempunyai keunggulan dalam hal tertentu, dengan cara memperhatikan situasi dan kondisi yang paling menguntungkan, dengan hasil yang lebih baik jika dibandingkan dengan produk dari negara lain. Menurut Wardhani (2021) faktor penting pendukung yang harus selalu diperhatikan dalam persaingan adalah keunggulan.

Daya saing ialah kemampuan komoditas atau produk individu, ataupun wilayah untuk menjadi unggul dibandingkan dengan yang lain. Konsep daya saing menyatakan keunggulan dengan melekatnya suatu kelebihan dari sebuah komoditas atau *output* sejenis yang diproduksi oleh suatu negara yang dibandingkan dengan negara lain.

Daya saing sebuah komoditi ekspor harus mempunyai keunggulan supaya mampu memasuki pasar luar negeri atau pasar internasional untuk mempertahankan pasarnya. Komoditas yang dapat meningkatkan pendapatan secara terus menerus dari negaranya dan memperbaiki penguasaan pasarnya, komoditas tersebut akan memiliki daya saing yang kuat dibandingkan komoditas serupa/sejenis dari negara lain (Tarumun., 2005). Dalam konsep ekonomi regional daya saing adalah kemampuan suatu wilayah untuk menghasilkan produk yang lebih tinggi dibandingkan dengan wilayah lain.

Teori daya saing pertama kali dikemukakan oleh Michael Porter yang menyatakan bahwa teori ekonomi klasik mengenai keunggulan komparatif dianggap masih kurang mencukupi, bahkan tidak tepat (Jamli A. & Rizaldy, 1998). Michael Porter (1985) menjelaskan bahwa keunggulan bersaing adalah jantung kinerja pemasaran untuk menghadapi persaingan. Keunggulan bersaing atau daya saing diartikan sebagai strategi benefit dari perusahaan yang melakukan kerjasama untuk menciptakan keunggulan bersaing yang lebih efektif dalam pasar. Strategi ini harus didesain untuk mewujudkan keunggulan bersaing yang terus menerus atau *sustainable competitive* sehingga perusahaan dapat mendominasi atau unggul di dalam pasar.

Keunggulan bersaing pada dasarnya tumbuh dari nilai – nilai yang diciptakan oleh perusahaan bagi para pembelinya. Pelanggan umumnya lebih memilih membeli produk/jasa yang memiliki nilai lebih dari yang diinginkan atau diharapkan. Namun demikian nilai itu juga akan dibandingkan dengan harga yang

ditawarkan. Pembelian produk terjadi jika pelanggan menganggap harga produk atau jasa sesuai dengan nilai yang ditawarkan.

Suatu negara dikatakan memiliki keunggulan daya saing jika perusahaan di negara tersebut kompetitif. Kemampuan suatu perusahaan untuk melakukan inovasi untuk berkembang merupakan penentu daya saing suatu negara. Porter menyimpulkan bahwa negara yang memiliki pandangan ke depan, dinamis dan menantang, merupakan suatu keberhasilan negara tersebut dalam industri tertentu. Porter juga menyebutkan bahwa persaingan sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan. Oleh karena itu untuk menghadapi persaingan yang dari waktu ke waktu semakin ketat maka setiap perusahaan harus mampu mendalami peluang keunggulan bersaing yang dimilikinya. Oleh karena itu, di tengah persaingan yang semakin ketat, setiap perusahaan harus mampu meningkatkan daya saingnya agar mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

Tingkat pesaingan dalam suatu perusahaan sangat berperan penting bagi keberhasilan atau kegagalan perusahaan tersebut. Tingkat persaingan ini akan membawa dampak positif dan negatif bagi perusahaan. Dampak positifnya ialah menimbulkan tantangan tersendiri untuk perusahaan lebih inovatif dan bekerja keras mempertahankan dan menguasai pasarnya. Lalu dampak negatifnya ialah berupa penurunan volume pengguna jasa dan pendapatan,

Menurut Porter terdapat empat hal yang dapat mempengaruhi daya saing suatu negara, yakni:

- 1) Faktor sumber daya.
- 2) Industri terkait dan pendukung.

- 3) Kondisi permintaan.
- 4) Lingkungan perusahaan, juga variabel pemerintahan dan peluang.

Selain empat faktor di atas Tulus Tambunan dalam (MSJIndonesia, 2021) menyebutkan bahwa faktor – faktor yang mempengaruhi daya saing yaitu:

- 1) Keahlian atau tingkat pendidikan pekerja
- 2) Keahlian pengusaha
- 3) Ketersediaan modal
- 4) Sistem organisasi dan manajemen yang baik (sesuai kebutuhan bisnis)
- 5) Ketersediaan teknologi
- 6) Ketersediaan informasi
- 7) Ketersediaan input – input lainnya seperti energi dan barang atau jasa.

#### **2.1.5. Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Komparatif**

Beberapa faktor yang mempengaruhi daya saing serta keunggulan ekspor produk suatu negara yaitu:

- 1) Kebijakan Pemerintah

Kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan perdagangan internasional yang secara langsung mempengaruhi komposisi, arah serta bentuk dari perdagangan dan pembayaran internasional. Instrumen kebijakan ekonomi internasional terdiri dari:

1. Kebijakan perdagangan internasional

Kebijakan yang mencakup tindakan pemerintah terhadap rekening yang sedang berjalan (*current account*) dari neraca pembayaran internasional khususnya tentang ekspor dan impor.

- Kebijakan pembayaran internasional

Kebijakan yang meliputi tindakan kebijakan pemerintah terhadap rekening modal (*capital account*) dalam neraca pembayaran internasional yang berupa pengawasan terhadap pembayaran internasional (*exchange control*).

- Kebijakan bantuan luar negeri

Kebijakan pemerintah yang berhubungan dengan bantuan – bantuan yang bertujuan membantu rehabilitasi serta pembangunan dan bantuan militer terhadap negara lain.

Berdasarkan konsep strategi ekonomi yang dianut suatu negara, kebijakan perdagangan internasional dapat dibedakan menjadi dua yakni:

1. Kebijakan perdagangan bebas

Kebijakan perdagangan bebas dianut suatu negara, pemerintah memberi izin pada kegiatan ekspor – impor tanpa dihalangi oleh berbagai peraturan. Perdagangan bebas bisa memicu persaingan penuh antar negara. Akibatnya, setiap negara akan berusaha semaksimal mungkin guna meningkat efisiensi produksi barang/jasa agar memenangkan persaingan dalam perdagangan internasional. Semakin efisien satu barang/jasa diproduksi maka peluangnya terserap pasar juga akan bertambah besar.

2. Kebijakan perdagangan proteksi

Proteksi adalah tindakan pemerintah suatu negara untuk campur tangan di dalam kegiatan ekspor – impor dengan tujuan melindungi

sektor ekonomi atau industri nasional tertentu agar tidak kalah dalam persaingan internasional. Kebijakan proteksi juga bisa saja dilakukan karena suatu sektor industri sedang berkembang serta butuh sokongan pemerintah agar mampu lekas bersaing di pasar global. Kebijakan proteksi ini untuk menghindari dampak negatif perdagangan internasional. Proteksi itu juga bisa dapat melindungi produk-produk dalam negeri dari ancaman serbuan barang impor.

Macam-macam kebijakan perdagangan internasional untuk proteksi:

1. Pengenaan tarif bea masuk.
2. Pelarangan impor
3. Penerapan kuota impor
4. Pemberian subsidi
5. Aksi dumping
6. Devaluasi
7. Premi

## 2) Nilai tukar

Nilai tukar adalah mata uang asing atau alat pembayaran yang digunakan untuk melakukan atau membiayai transaksi ekonomi keuangan internasional yang mempunyai catatan kurs resmi pada bank sentral. Kurs terbagi menjadi dua macam yakni:

- Kurs nominal (*nominal exchange rate*) ialah harga relatif dari suatu mata uang dua Negara.

- Kurs riil (*real exchange rate*) ialah harga satu mata uang dibandingkan dengan mata uang lainnya disesuaikan dengan perbedaan tingkat harga domestik dengan luar negeri.

### 3) Harga

Harga adalah satuan alat tukar yang berbentuk nominal dan diberikan pada suatu komoditas sebagai informasi yang berasal dari produsen komoditi tersebut. Dalam teori ekonomi harga juga disebut sebagai harga barang atau jasa dengan pasar kompetitif. penyebab dari tinggi rendahnya harga suatu barang disebabkan adanya permintaan penawaran. Adanya peningkatan suatu barang bisa mempengaruhi keputusan konsumen.

### 4) Volume

Menurut Heizer dan Render (2015) kapasitas produksi adalah suatu terobosan atau sejumlah unit yang mana tempat fasilitas dapat menyimpan, menerima atau memproduksi dalam suatu periode waktu tertentu. Menurut Heizer dan Render (2015) terdapat tiga jenis kapasitas produksi, yaitu:

#### 1. Kapasitas desain

Kapasitas desain adalah *output* yang maksimum secara teori pada suatu sistem dalam satu periode tertentu dan pada kondisi ideal. Kapasitas desain diartikan sebagai kapasitas yang mana suatu perusahaan mengharapkan agar mencapai hambatan operasional yang tersedia saat ini.

#### 2. Kapasitas efektif

Kapasitas efektif menunjukan *output* maksimum pada tingkat operasi tertentu. Kapasitas efektif merupakan suatu kapasitas yang diperkirakan

dapat dicapai oleh sebuah perusahaan dengan keterbatasan operasi. Faktor – faktor yang mempengaruhi pembentukan kapasitas efektif merupakan rancangan produk, kualitas bahan yang digunakan, sikap dan motivasi, tenaga kerja, perawatan mesin/fasilitas, serta rancangan pekerjaan.

### 3. Kapasitas efisien

Kapasitas efisien yaitu persentase desain kapasitas yang benar – benar tercapai. Kapasitas ini bergantung pada bagaimana tempat fasilitas dipergunakan dan dikelola. Kapasitas efisien ini mengukur seberapa baik fasilitas atau mesin ketika digunakan.

#### 2.1.6. Revealed Comparative Advantage (RCA)

Pendekatan ini dikembangkan oleh Balassa (1965) yang juga dikenal dengan *Balassa index*, RCA ini menggambarkan penampilan ekspor suatu komoditas dari suatu negara terhadap total ekspor negara tersebut dan terhadap total ekspor dunia atau dengan kata lain RCA ini ialah sebuah metode yang digunakan untuk mengukur daya saing sebuah produk ekspor dari suatu negara sehingga metode ini bisa melihat produk ekspor mana yang memiliki daya saing lemah dan kuat.

RCA menjadi dasar pemikiran yang melandasi tentang kinerja ekspor dari sebuah negara ditentukan oleh tingkat daya saing relatifnya terhadap produk atau komoditas serupa buatan dari negara lain. Selain itu RCA juga menunjukkan bahwa perbandingan pangsa ekspor komoditas di suatu negara yang dibandingkan dengan pangsa ekspor komoditas serupa di seluruh dunia.

RCA merupakan metode yang menggambarkan keunggulan komparatif dan keunggulan kompetitif sebuah negara dengan menggunakan asumsi *ceteris paribus* yakni asumsi yang mana faktor – faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan ekspor tetap atau tidak berubah (Bustami & Hidayat, 2013).

Adapun formula RCA dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$RCA_i = \frac{XO_i / X_{ti}}{XWO_i / XW_t}$$

Keterangan:

$XO_i$  = Nilai ekspor produk suatu negara

$X_{ti}$  = Total nilai ekspor suatu negara

$XWO_i$  = Total nilai ekspor suatu produk dunia

$XW_t$  = Total nilai ekspor dunia

Kriteria pengambilan keputusan pada *Revealed Comparative Advantages* (RCA) ini dapat dilihat dari syarat berikut:

- Jika  $RCA \geq 1$ , maka negara tersebut memiliki keunggulan komparatif pada suatu komoditas tertentu diatas rata – rata dunia.
- Jika  $RCA \leq 1$ , maka negara tersebut tidak memiliki keunggulan komparatif pada suatu komoditas tertentu di bawah rata – rata dunia

#### 2.1.7. Revealed Symmetry Comparative Advantage (RSCA)

*Revealed symmetric comparative advantage* (RSCA) ini adalah metode turunan dari RCA untuk menghindari terjadi masalah *upward-biased* dari nilai indeks RCA yakni Laursen (1998) melakukan penyempurnaan dengan membuat

indeks *Revealed comparative advantage* (RCA) menjadi memiliki nilai simetris dengan interval  $-1$  dan  $+1$ .

Indeks RSCA dirumuskan sebagai berikut:

$$RSCA = \frac{(RCA - 1)}{(RCA + 1)}$$

Dengan ketentuan nilai indeks kurang dari 0 atau bernilai negatif menunjukkan bahwa suatu komoditas tidak memiliki keunggulan, sebaliknya apabila nilai indeks lebih dari 0 atau bernilai positif maka komoditas tersebut memiliki keunggulan komparatif yang tinggi di pasar.

#### 2.1.8. Trade Balance Index (TBI)

*Trade balance index* atau TBI merupakan pendekatan yang menggambarkan keunggulan suatu negara pada suatu komoditas yang menyatakan suatu negara sebagai eksportir atau importir. Dengan kata lain Indeks ini merupakan suatu metode yang digunakan sebagai alat ukur tingkat daya saing.

Adapun formula TBI ini dirumuskan sebagai berikut:

$$TBI = \frac{x_{ij} - M_{ij}}{x_{ij} + M_{ij}}$$

Keterangan:

$X_{ij}$  = Total nilai ekspor produk suatu negara ke dunia

$M_{ij}$  = Total nilai impor produk suatu negara ke dunia

Nilai TBI berkisar di antara  $-1$  sampai dengan  $+1$ . Jika nilai indeks positif diatas 0 sampai dengan 1, maka produk atau komoditas dikatakan mempunyai

daya saing yang kuat atau negara yang cenderung sebagai pengekspor. Sebaliknya, daya saing komoditas rendah atau cenderung sebagai pengimpor.

#### 2.1.9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil dari penelitian – penelitian yang telah dilakukan sebelumnya yang berhubungan dengan permasalahan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Tujuan dari diperlihatkannya penelitian terdahulu adalah untuk membandingkan dan memperkuat atas hasil analisis yang akan dilakukan. Ringkasan dari penelitian terdahulu dapat terlihat pada tabel 2.1 di bawah ini:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

| No. | Judul dan Penulis                                                                      | Persamaan       | Perbedaan                                   | Hasil Penelitian                                                                                                                                                                            | Sumber Referensi                                                                                                                                  |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (1) | (2)                                                                                    | (3)             | (4)                                         | (5)                                                                                                                                                                                         | (6)                                                                                                                                               |
| 1   | Revealed Comparative Advantage Measure: ASEAN-China Trade flows<br><br>(Ana Ma, 2013). | - RSCA<br>- TBI | - Primary Products and manufacture products | Chinese have more established patterns of trade, while ASEAN trade patterns are very dynamic. the comparative advantages to the trade balance, comparative advantage will toss up a profit. | Journal of economics and sustainable development<br><br><u>Revealed Comparative Advantage Measure: ASEAN-China Trade Flows   Semantic Scholar</u> |

| (1) | (2)                                                                                                                                                                    | (3)                                                                                             | (4)                                                                                                          | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                 | (6)                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2   | Competitiveness and determinants of cocoa exports from Ghana<br><br>(Boansi David, 2013)                                                                               | - The Revealed Comparative Advantage (RCA)<br>- Revealed Symmetric Comparative Advantage (RSCA) | - The product that is cocoa<br>- multiple regression                                                         | Having tested for the appropriate standard Gaussian properties and performed all important tests, outcome of the analysis revealed that Ghana is highly competitive in exports of cocoa beans, total cocoa products and processed cocoa exports.                    | International Journal of Agricultural Policy and Research<br><br>Vol.1 (9), pp. 236-254, November 2013<br><br>Available online at <a href="http://journalissues.org/journals/ijapr/">http://journalissues.org/journals/ijapr/</a><br><br>© 2013 Journal Issues<br><br>ISSN 2350-1561 |
| 3   | Competitiveness of Nigerian Cashew Nuts in the Global Market (1961 – 2016): An Application of Vector Error Correction Model (VECM)<br><br>(Alawode & Adeniranye, 2020) | The revealed comparative advantage (RCA)                                                        | - The product that is nuts<br>- Phillips Perron co-integration test and vector error correction model (VECM) | From the results, the total quantity of cashew nuts export from Nigeria was 704,221 metric tons and the average volume was 12,575.37 metric tons from 1961-2016. Results of vector error correction analysis showed that world price of Nigeria's cashew ( $p \leq$ | International Journal of Innovative Development and Policy Studies<br>8(1):46-57, Jan.--Mar., 2020<br>© SEAHIPAJ<br>PUBLICATIONS, 2020<br><a href="http://www.seahipaj.org">www.seahipaj.org</a><br><br>ISSN: 2467-8465                                                              |

| (1) | (2)                                     | (3)                             | (4)                         | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | (6)                                                               |
|-----|-----------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
|     |                                         |                                 |                             | 0.05), inflation rate ( $p \leq 0.05$ ), export quantity ( $p \leq 0.05$ ) and production quantity ( $p \leq 0.05$ ) significantly influence Nigeria's cashew competitiveness in the world market. It was concluded that world price of Nigeria's cashew and inflation rate impede competitiveness while export quantity and production quantity improve it. Policies to sustain and improve the observed production and export quantities and lower inflation rates will improve competitiveness of Nigeria cashew nuts. |                                                                   |
| 4   | Does Ethiopian Competitive in Export of | - Revealed Comparative Advantag | - The product that is coffe | The result shows that, eventhough Ethiopia has a                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | doi:10.20944/preprints202104.053.v1<br><a href="#">[PDF] Does</a> |

| (1) | (2)                                                                                                                                                               | (3)                                                        | (4)                                                                               | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | (6)                                                                                                                                                                                      |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Coffee so far and What Determines it? Evidence from Revealed Comparative Advantage and Autoregressive Distributed Lag Model<br><br>( Diriba Hordofa Jalata, 2021) | e (RCA) - Syematri c Revealed Comparative Advantage (RSCA) | - Autoregressive Distributed Lag Model                                            | comparative advantage in the export of coffee but the global share of coffee export is very small in volume and the value is not inlined with RCA and RSCA to compete in coffee industry. Different diagnostics undertaken validated the Autoregressive Distributed Lag (ARDL) model. Bound testing to Co-integration approach showed there a co-integrating relationship among variables. | <u>Ethiopian Competitive in Export of Coffee so far and What Determines it? Evidence from Revealed Comparative Advantage and Autoregressive Distributed Lag Model   Semantic Scholar</u> |
| 5   | Comparative Advantage Of The Eastern and Central Africa in The Coffee Export Sector: The Case Of Burundi                                                          | Revealed Comparative Advantage (RCA)                       | - The product that is coffe<br>- Normalised Revealed Comparative Advantage (NRCA) | Empirical results reveal that EAC countries had comparative advantage, with Uganda and Kenya leading the group during the period under study.                                                                                                                                                                                                                                              | African Crop Science Journal, Vol. 22, Issue Supplement s4, pp. 987 - 995<br><br>ISSN 1021-9730/2014 \$4.00 Printed in Uganda.                                                           |

| (1) | (2)                                                                                                                                                                     | (3)                                               | (4)                                  | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | (6)                                                                                                                                                                                        |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | (Ndayitwaye<br>ko et al.,<br>2014)                                                                                                                                      |                                                   | - trend<br>regressio<br>n model      | However, they<br>exhibited a<br>simultaneous<br>reduction in<br>competitivenes<br>s in the global<br>market, though<br>at different<br>levels. For the<br>ECA countries<br>to remain<br>competitive in<br>the global<br>market, they<br>must<br>strengthen<br>their position<br>in the market<br>by tackling<br>coffee price<br>volatility at<br>producer level<br>and show<br>willingness to<br>revamp the<br>coffee<br>industry. | ©2014,<br>African Crop<br>Science<br>Society                                                                                                                                               |
| 6   | Comparative<br>Advantages<br>And<br>Competitiven<br>ess: Evidence<br>From Trade<br>Of Bosnia<br>And<br>Herzegovina<br>With Its<br>Main<br>Partners<br><br>(Brkic, 2020) | Revealed<br>Comparativ<br>e<br>Advantage<br>(RCA) | All<br>comodity<br>of the<br>country | Research<br>results indicate<br>that position of<br>BiH in<br>bilateral trade<br>should be<br>improved:<br>revealed<br>comparative<br>advantage<br>exists only in<br>trade with<br>Serbia, import<br>dominates in<br>one-way<br>flows, while                                                                                                                                                                                       | Ekonomska<br>Misao I<br>Praksa-<br>Economic<br>Thought and<br>Practice<br><br><u>COMPARAT<br/>IVE<br/>ADVANTAG<br/>ES AND<br/>COMPETITI<br/>VENESS:<br/>EVIDENCE<br/>FROM<br/>TRADE OF</u> |

| (1) | (2) | (3) | (4) | (5)              | (6)                |
|-----|-----|-----|-----|------------------|--------------------|
|     |     |     |     | trade            | <u>BOSNIA</u>      |
|     |     |     |     | categories       | <u>AND</u>         |
|     |     |     |     | representing     | <u>HERZEGOVINA</u> |
|     |     |     |     | unsuccessful     | <u>NA WITH</u>     |
|     |     |     |     | price and        | <u>ITS MAIN</u>    |
|     |     |     |     | quality          | <u>PARTNERS</u>    |
|     |     |     |     | competition of   | <u>Semantic</u>    |
|     |     |     |     | BiH industries   | <u>Scholar</u>     |
|     |     |     |     | prevail in two-  |                    |
|     |     |     |     | way matched      |                    |
|     |     |     |     | trade. The       |                    |
|     |     |     |     | analysis         |                    |
|     |     |     |     | discovered       |                    |
|     |     |     |     | some             |                    |
|     |     |     |     | structural shift |                    |
|     |     |     |     | in terms of      |                    |
|     |     |     |     | increasing       |                    |
|     |     |     |     | shares of        |                    |
|     |     |     |     | categories with  |                    |
|     |     |     |     | successful       |                    |
|     |     |     |     | competition in   |                    |
|     |     |     |     | trade with all   |                    |
|     |     |     |     | trading          |                    |
|     |     |     |     | partners. The    |                    |
|     |     |     |     | test of          |                    |
|     |     |     |     | consistency      |                    |
|     |     |     |     | between RCA      |                    |
|     |     |     |     | index and two-   |                    |
|     |     |     |     | dimensional      |                    |
|     |     |     |     | international    |                    |
|     |     |     |     | competitiveness  |                    |
|     |     |     |     | s measures       |                    |
|     |     |     |     | indicated more   |                    |
|     |     |     |     | consistent       |                    |
|     |     |     |     | results when     |                    |
|     |     |     |     | comparing        |                    |
|     |     |     |     | revealed         |                    |
|     |     |     |     | comparative      |                    |
|     |     |     |     | disadvantage     |                    |
|     |     |     |     | to               |                    |
|     |     |     |     | unsuccessful     |                    |
|     |     |     |     | competition.     |                    |

| (1) | (2)                                                                                                                                                                    | (3)             | (4)                                           | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | (6)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 7   | Revealed Comparative Advantage: An Analysis Based on Leading Exports of Sri Lanka<br><br>(Hettiarachchi, 2018)                                                         | - RSCA<br>- RCA | - The all product of SITC revision 3          | Results show that both RCA and RSCA index generate the similar findings over the comparative advantage of Sri Lanka's export commodities.                                                                                                                                                               | Journal of Humanities and Social Science<br><br><a href="https://www.semanticscholar.org/paper/Revealed-Comparative-Advantage%3A-An-Analysis-Based-Hettiarachchi/6251a9c7ba59bb97f7713ee30bbe9bf5134f4116">https://www.semanticscholar.org/paper/Revealed-Comparative-Advantage%3A-An-Analysis-Based-Hettiarachchi/6251a9c7ba59bb97f7713ee30bbe9bf5134f4116</a> |
| 8   | Comparative Advantage Analysis And Products Mapping Of Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand, And Vietnam Export Products<br><br>(Akhmad Jayadi; 2017) | - RSCA<br>- TBI | - The product is all commodity of the country | The results of this study showed as follows: first, on average, the comparative advantage of six countries increase. Second, Thailand and Vietnam's comparative advantage and trade balance changes seems more dynamic than those of other four countries. Third, there is competition and complementar | Journal of Developing Economies<br><br>[PDF]<br><a href="#">Comparative Advantage Analysis and Products Mapping of Indonesia, Malaysia, Philippines, Singapore, Thailand, and Vietnam Export Products   Semantic Scholar</a>                                                                                                                                    |

| (1) | (2)                                                                                                            | (3)    | (4)                                                                    | (5)                                                                                                                                                                                                              | (6)                                                                                                                                                                                                           |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     |                                                                                                                |        |                                                                        | y amongst six countries.                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                               |
| 9   | A Study on Variation in Comparative Advantage in Trade between China and India<br><br>(Bagaria et al., 2014)   | - RCA  | - SITC Revision 1                                                      | These conclusions are based on calculation at highly aggregated level, individual commodities RCA may differ from there group RCA. Results need to be revised if we calculate RCA at a more disaggregated level. | The International Journal Of Humanities & Social Studies<br><br><a href="https://www.mprapaper.com/paper/53287.pdf">MPRA paper 53287.pdf</a><br>( <a href="https://www.uni-muenchen.de">uni-muenchen.de</a> ) |
| 10  | Tingkat Keunggulan Komparatif dan Kompetitif Anggrek Indonesia di Pasar Jepang<br><br>(Harniati & Jamil, 2020) | - RSCA | - Produk Anggrek<br>- ECI                                              | Indonesia belum memiliki keunggulan komparatif pada produk anggrek                                                                                                                                               | AgriHumanis: Journal of Agriculture and Human Resource Development Studies                                                                                                                                    |
| 11  | Analisis Keunggulan Komparatif Lada Indonesia di Pasar Internasional<br><br>(Hardinsyah et al., 2015)          | - RCA  | - Produk yakni Lada<br>- Perbandingan dengan negara Brazil dan Vietnam | Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditi lada yang ditunjukkan dengan nilai RCA yang bernilai positif                                                                                             | Jurnal Pendidikan Ekonomi dan Bisnis                                                                                                                                                                          |

| (1) | (2)                                                                                                                       | (3)            | (4)                                          | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                   | (6)              |
|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|
|     |                                                                                                                           |                |                                              | selama periode 2000-2012. Negara Brazil dan Vietnam juga selama periode 2000-2012 memiliki nilai RCA yang positif dan lebih dari 1 yang berarti kedua negara tersebut memiliki keunggulan kompartaif untuk komoditas lada                                                             |                  |
| 12  | Analisis Keunggulan Komparatif Produk Cengkeh Indonesia ke Negara ASEAN tahun 2015<br><br>(K. I. N. Sari & Widanta, 2018) | - RCA<br>- ISP | - Regresi linier berganda<br>- RTA<br>- RCDA | Produk cengkeh Indonesia memiliki keunggulan komparatif yang meningkat, dianalisis oleh RCA, RCDA, RTA dan ISP. Hasil regresi berganda yakni jumlah produksi yang berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap nilai ekspor indonesia, kurs berpengaruh positif dan signifikan | E-Jurnal EP Unud |

| (1) | (2)                                                                                                                    | (3)   | (4)                                                                             | (5)                                                                                                                                | (6)                                     |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
|     |                                                                                                                        |       |                                                                                 | terhadap ekspor cengkeh indonesia, serta inflasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap nilai ekspor cengkeh indonesia. |                                         |
| 13  | Analisis Daya Saing Ekspor Jahe Indonesia di Pasar Utama Internasional Periode Tahun 2008-2018.<br><br>(Nurjati, 2022) | - RCA | - Produk yakni Jahe<br>- Perbandingan dengan negara India dan Thailand<br>- CMS | Tingkat daya saing ekspor jahe Indonesia lebih rendah dibandingkan Thailand dan India baik menggunakan metode RCA maupun CMS       | Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis |
| 14  | Analysis Of The Competitiveness of Indonesian Coffee in The Export Market<br><br>(Widyantini, 2019)                    | - RCA | - Produk kopi<br>- Analisis deskriptif (Diamond and Porter)                     | Indonesia memiliki keunggulan komparatif pada produk kopi                                                                          | Journal Cendekia Niaga                  |
| 15  | The Competitive ness Analysis of                                                                                       | - RCA | - Produk yakni kopi<br>- Analisis                                               | Indonesia masih belum memiliki                                                                                                     | <u>(PDF) THE COMPETITIVE NESS</u>       |

| (1) | (2)                                                                                                          | (3)            | (4)                                                                  | (5)                                                                                                                                                                            | (6)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Indonesian Coffee Export in the World Market<br><br>(Purnamasari et al., 2014)                               |                | CEP dan MSI<br>- Negara pembandingan<br>Brazil, Vietnam dan Kolombi. | keunggulan komparatif, Indonesia jauh berada diurutan Kolombia diikuti oleh Brazil dan Vietnam memiliki keunggulan komparatif pada semua periode                               | <u>ANALYSIS OF INDONESIA AN COFFEE EXPORT IN THE WORLD MARKET (researchgate.net)</u>                                                                                                                                                                                                                                   |
| 16  | Indonesian Coconut Competitiveness In International Markets<br><br>(Karya et al., 2019)                      | - RCA<br>- TBI | - Produk yakni kelapa<br>- Negara Pembandingan Filipina<br>- CMS     | Berdasarkan TSI Indonesia dan Filipina mempunyai daya saing dalam hal produk kelapa.                                                                                           | International Journal of Recent Technology and Engineering                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 17  | Analisis Daya Saing Biji Kakao (Cocoa Beans) Indonesia di Pasar Internasional<br><br>(Fitriana et al., 2014) | - RCA<br>- ISP | - Produk yakni biji kakao<br>- CMS                                   | Hasil penelitian menunjukkan bahwa selama periode 2001-2011 nilai ekspor kakao cenderung mengalami peningkatan. Nilai ISP selama periode 2001-2011 memiliki nilai positif yang | Journal Faperta<br><br><a href="https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBS-A-Beslenme-Yayini.pdf">https://hsgm.saglik.gov.tr/depo/birimler/saglikli-beslenme-hareketli-hayat-db/Yayinlar/kitaplar/diger-kitaplar/TBS-A-Beslenme-Yayini.pdf</a> |

| (1) | (2)                                                                                                                   | (3)            | (4)                                                                    | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | (6)           |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
|     |                                                                                                                       |                |                                                                        | menunjukkan bahwa Indonesia merupakan negara pengekspor biji kakao. Nilai RCA selama periode 2001-2011 memiliki nilai diatas 1 yang menunjukkan bahwa Indonesia memiliki keunggulan komparatif untuk komoditi biji kakao. Sedangkan analisis CMS selama periode 2002-2011 menunjukkan dari keempat efek yang mempengaruhi daya saing. |               |
| 18  | Analisis Daya Saing Ekspor Minyak Sawit Indonesia dan Malaysia di Pasar Internasional<br><br>(Hadi & Ermi Tety, 2012) | - RCA<br>- TSI | - Produk Kelapa Sawit<br>- CMS<br>- Malaysia sebagai negara pembanding | Indonesia lebih berdaya saing dibandingkan minyak sawit Malaysia di Benua Asia, sedangkan minyak sawit Malaysia lebih berdaya saing dibandingkan minyak sawit                                                                                                                                                                         | Pekbis Jurnal |

| (1) | (2)                 | (3)   | (4)                           | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | (6)                     |
|-----|---------------------|-------|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
|     |                     |       |                               | Indonesia di Benua Eropa, Penampilan ekspor minyak sawit Indonesia cenderung lebih rendah dibandingkan Malaysia. Indeks RCA minyak sawit Indonesia di bawah Malaysia, akan tetapi penampilan ekspor minyak sawit Indonesia sangat kompetitif dengan minyak sawit Malaysia, dan nilai rata-rata indeks spesialisasi perdagangan minyak sawit Indonesia dan Malaysia juga menunjukkan nilai yang positif artinya Indonesia dan Malaysia adalah negara eksportir minyak sawit |                         |
| 19  | Competitive ness of | - RCA | - TSR<br>- Panel<br>Regressio | In comparison                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | SOCA:<br>Jurnal Sosial, |

| (1) | (2)                                                                                           | (3)   | (4)                           | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | (6)                                                                                                                                                                                     |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Indonesian<br>Tea Export<br>in Southeast<br>Asia<br>Markets<br><br>(Nursodik et<br>al., 2022) |       | n (Fixed-<br>Effect<br>Model) | with six<br>countries in<br>Southeast<br>Asia,<br>Indonesian<br>tea had a<br>strong level<br>of<br>comparative<br>competitiven<br>ess. The real<br>GDP of the<br>countries of<br>destination,<br>exported tea<br>price, the<br>population of<br>the countries<br>of<br>destination,<br>and RCA<br>index had<br>delivered<br>significant<br>influence for<br>the exported<br>volume of<br>Indonesian<br>tea to the<br>Southeast<br>Asia<br>countries | Ekonomi<br>Pertanian<br><br><a href="#">[PDF]</a><br><a href="#">Competitive<br/>ness of<br/>Indonesian<br/>Tea Export<br/>in Southeast<br/>Asia Markets<br/>  Semantic<br/>Scholar</a> |
| 20  | The<br>determinant<br>factors of<br>Indonesian<br>competitive<br>ness of<br>cocoa             | - RCA | - ECM                         | The results is<br>the<br>competitive<br>performance<br>of Indonesia's<br>processed<br>cocoa exports                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Jurnal<br>Ekonomi<br>Pembanguna<br>n<br>Volume 18<br>(1): 75-84,<br>June 2020                                                                                                           |

| (1) | (2)                                                                                                 | (3)   | (4)                            | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | (6)                                                                                                                                                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|--------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | exports to<br>Germany<br><br>(Hapsari &<br>Yuniasih,<br>2020)                                       |       |                                | is in a rising<br>star position,<br>and in the<br>long run, the<br>variables that<br>have<br>significant<br>influence are<br>the rupiah<br>exchange<br>rate, world<br>cocoa prices,<br>cocoa bean<br>production,<br>and dummy<br>of export<br>duty.<br>Whereas in<br>the short<br>term, the<br>variables<br>which have<br>significant<br>influence are<br>the<br>population of<br>Germany and<br>the<br>production of<br>cocoa beans. | P-ISSN:<br>1829-5843;<br>E-ISSN:<br>2685-0788<br><br><a href="#">[PDF] The<br/>determinant<br/>factors of<br/>Indonesian<br/>competitiveness of cocoa<br/>exports to<br/>Germany  <br/>Semantic<br/>Scholar</a> |
| 21  | Indonesian<br>Cinnamon<br>Competitiveness and<br>Competitor<br>Countries in<br>International Market | - RCA | - TSI<br>- Panel<br>Regression | The results of<br>this study<br>indicated that<br>Indonesia and<br>the<br>competitors<br>have<br>comparative<br>advantages                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | Journal of<br>Agribusiness<br>and Rural<br>Development<br>Research<br>DOI:<br><a href="https://doi.org/10.18196/agr.6295">https://doi.org/10.18196/agr.6295</a>                                                 |

| (1) | (2)                                                             | (3)   | (4)    | (5)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | (6)                                                                                                                                               |
|-----|-----------------------------------------------------------------|-------|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | (Sa'diyah & Darwanto, 2020)                                     |       |        | and tend to be cinnamon exporting countries in the International Market, besides that Indonesia and competitors (China, Vietnam, and Madagascar) have competitive advantages and cinnamon exports of these countries increase from the previous year, so that the country was able to compete for cinnamon exports on the International Market. | <a href="#">[PDF]</a><br><a href="#">Indonesian Cinnamon Competitive ness and Competitor Countries in International Market   Semantic Scholar</a> |
| 22  | Non-Tariff Measures and Competitive ness of Indonesia's Natural | - RCA | - NTMs | The results revealed that India, China, and the USA enforced the most NTMs of                                                                                                                                                                                                                                                                   | Journal of Agribusiness and Rural Development Research<br><br>DOI:                                                                                |

| (1) | (2)                                                                                                                                                  | (3)   | (4)                           | (5)                                                                                                                                                                                                                                                             | (6)                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | Rubber<br>Export in<br>Destination<br>Countries<br><br>(Prasada &<br>Dhamira,<br>2022)                                                               |       |                               | Indonesia's<br>natural<br>rubber.<br>Additionally,<br>the<br>implementati<br>on of NTMs<br>in importing<br>countries<br>positively<br>correlated to<br>the export<br>competitiven<br>ess of<br>Indonesia's<br>natural<br>rubber in<br>destination<br>countries. | <a href="https://doi.org/10.18196/agraris.v8i2.1392">https://doi.org/10.18196/agraris.v8i2.1392</a><br><br><a href="#">[PDF] Non-Tariff Measures and Competitive ness of Indonesia's Natural Rubber Export in Destination Countries   Semantic Scholar</a> |
| 23  | Keunggulan<br>Komparatif<br>dan<br>Kompetitif<br>Rempah-<br>Rempah<br>Indonesia di<br>Pasar<br>Internasiona<br>l<br><br>(Anggrasari<br>et al., 2021) | - RCA | - ISP<br>- EPD                | Daya saing<br>komparatif<br>komoditas<br>rempah-<br>rempah<br>Indonesia<br>sangat kuat,<br>namun<br>memiliki<br>daya saing<br>kompetitif<br>yang belum<br>baik karena<br>posisi produk<br>berada pada<br>lost<br>opportunity.                                   | Jurnal<br>Agrica<br>Vol.14<br><a href="http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica">http://ojs.uma.ac.id/index.php/agrica</a><br>10.31289/agrica.v14i1.4396<br><br>ISSN 1979-8164<br><br>ISSN 2541-593X                                                          |
| 24  | Analysis of<br>Export<br>Competitive                                                                                                                 | - RCA | - TSR<br>- Herfindal<br>index | Conclusion<br>of the<br>research, the                                                                                                                                                                                                                           | Dinasti<br>International<br>Journal of                                                                                                                                                                                                                     |

| (1) | (2)                                                                                                    | (3) | (4)   | (5)                                                                                                                                                                                                                        | (6)                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|     | ness Textile<br>and Apparel<br>Indonesia,<br>China, India<br><br>(Susanto &<br>Sukadwilinda<br>, 2020) |     | - CMS | market<br>structure<br>takes the<br>form of a<br>perfect<br>competition<br>and Export<br>Promotion.<br>China Has<br>comparative<br>advantages<br>and strong<br>competitiven<br>ess, followed<br>by Indonesia<br>and India. | Economics,<br>Finance, and<br>Accounting<br><br><u>View of</u><br><u>ANALYSIS</u><br><u>OF</u><br><u>EXPORT</u><br><u>COMPETITI</u><br><u>VENESS</u><br><u>TEXTILE</u><br><u>AND</u><br><u>APPAREL</u><br><u>INDONESI</u><br><u>A, CHINA,</u><br><u>INDIA</u><br><u>(dinastipub.o</u><br><u>rg)</u> |

## 2.2. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebuah cara pandang seseorang untuk memberikan sebuah gambaran mengenai sebuah pemikiran, konsep, persepsi dan keterkaitan sehingga suatu permasalahan yang akan dibahas lebih terarah dan jelas fokus pembahasannya. Mengacu pada konsep daya saing berpijak dari konsep keunggulan komparatif yang pertama kali dikenal dengan model Ricardian. Hukum keunggulan komparatif (*The Law of Comparative Advantage*) dari Ricardo menyatakan bahwa sekalipun suatu negara tidak memiliki keunggulan absolut dalam memproduksi dua jenis komoditas jika dibandingkan negara lain, namun perdagangan yang saling menguntungkan masih bisa berlangsung, selama rasio harga antar negara masih berbeda jika dibandingkan tidak ada perdagangan.

Ricardo menganggap keabsahan teori nilai berdasar tenaga kerja (*labor theory of value*) yang menyatakan bahwa hanya satu faktor produksi yang penting yang menentukan nilai suatu komoditas yaitu tenaga kerja. Nilai suatu komoditas adalah proporsional (secara langsung) dengan jumlah tenaga kerja yang diperlukan untuk menghasilkannya. Salah satu kelemahan teori dari Ricardo ini yaitu kenapa tenaga kerja adalah satu-satunya faktor produksi, kenapa *output* persatuan input tenaga kerja dianggap konstan. (Salvatore, 1997).

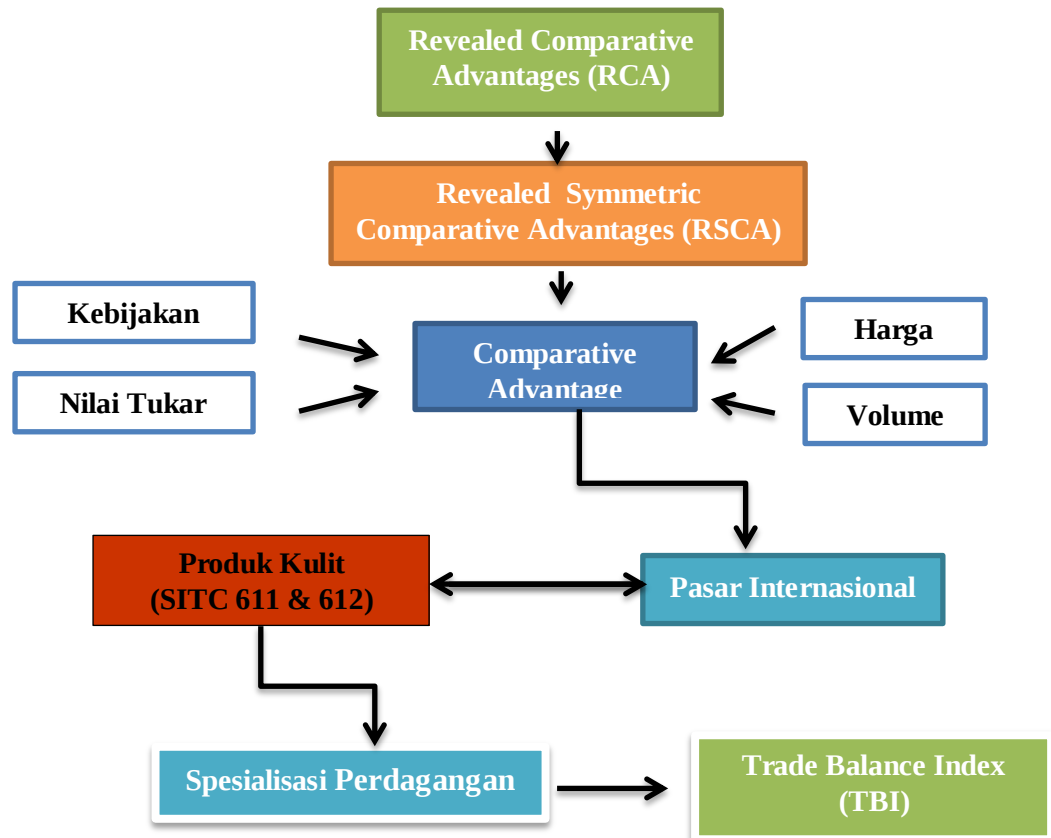
Teori David Ricardo memberikan pemahaman bahwa suatu negara akan memperoleh manfaat dari perdagangan internasional (*gain from trade*) jika melakukan spesialisasi produksi. Hal ini mengindikasikan, apabila suatu negara dapat melakukan ekspor barang berarti negara tersebut dapat memproduksi relatif lebih efisien dibandingkan negara lain. Sedangkan jika melakukan impor barang, maka negara tersebut memproduksi relatif kurang/tidak efisien dibandingkan dengan negara lain (Rifai & Tarumun, 2005).

Indonesia merupakan salah satu negara produsen produk kulit di pasar dunia. Potensi dan peluang terhadap produk kulit yang tergolong tinggi serta permintaan dunia yang terus meningkat dari tahun ke tahun merupakan suatu peluang bagi Indonesia untuk mampu bersaing di pasar internasional dan menguasai pasar produk kulit dunia. Dalam pengembangannya, produk kulit dihadapkan oleh masalah produksi yang berfluktuatif yang disebabkan oleh berkurangnya bahan baku sehingga produktivitas produk kulit Indonesia masih tergolong rendah dibandingkan negara produsen lainnya (Hardinsyah et al., 2015).

Selain itu, permasalahan yang lain adalah teknik produksi yang masih tradisional, teknologi yang belum berkembang, dan masih rendahnya penggunaan teknologi yang ramah lingkungan dalam produksinya sehingga menimbulkan masalah baru seperti limbah. Tingginya permintaan dunia terhadap produk kulit merespon negara – negara produsen produk kulit untuk meningkatkan produksi dan kualitasnya (Adelina, 2019). Oleh karena itu, Indonesia sebagai produsen yang memiliki potensi harus mampu bertahan dan bersaing dengan produsen produk kulit di pasar internasional dengan memanfaatkan peluang permintaan dunia yang terus meningkat melalui peningkatan daya saing produk kulit di pasar internasional. Untuk melihat kemampuan daya saing atau keunggulan komparatif produk kulit Indonesia maka pada penelitian ini digunakan metode analisis *Revealed Comparative Advantage* (RCA), *Revealed Symmetry Comparative Advantage* (RSCA) dan *Trade Balance Inde* (TBI).

Analisis RCA dan RSCA merupakan metode analisis yang membandingkan pangsa pasar ekspor sektor tertentu suatu negara dengan pangsa pasar sektor tertentu negara lainnya yang menunjukkan daya saing industri suatu negara. Sedangkan TBI merupakan metode yang digunakan untuk menganalisis kedudukan atau posisi komoditi dalam perdagangan dunia.

Adapun yang menjadi kerangka berfikir dari penelitian ini pada bagan sebagai berikut:



**Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran**

### 2.3. Hipotesis

Berdasarkan permasalahan dan kerangka pikiran yang telah dibahas sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Diduga produk kulit Indonesia memiliki keunggulan komparatif bila dibandingkan dengan dua negara RCEP (Malaysia dan Australia) di pasar Internasional tahun 2002 – 2021.
2. Diduga posisi produk kulit Indonesia lebih berdaya saing dibandingkan dengan dua negara RCEP (Malaysia dan Australia) tahun 2002 – 2021.